

САМОМАРКЕТИНГ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО МАЙБУТНЬОГО

студент гр. МК-31 **Прокопенко М.О.**

Для багатьох студентів старших курсів та випускників ВНЗ гостро постає питання працевлаштування та подальшого кар'єрного росту, адже не завжди та установа, в якій людина бажає працювати, готова працевлаштувати її; також і людина бажає працювати не на всі компанії, які пропонують їй робоче місце. Тому потрібно самовдосконалюватися та вміти презентувати себе так, щоб тебе бажала прийняти на роботу саме та установа, в якій ти сам бажав працювати. Часто для цього треба докладати багато зусиль, які, об'єднуючись, і становлять так званий самомаркетинг – мистецтво продавати себе на ринку праці.

Самомаркетинг – організація самореклами і вигідного представлення себе, своїх можливостей і навичок на ринку праці з метою викликати інтерес потенційного роботодавця. Крім того, самомаркетинг означає і систематичне підвищення вашої ринкової вартості в якості працівника, що дозволяє надалі прискорити ваше просування по службі або перейти на нове місце роботи [1]. Самомаркетинг – процес, що складається з двох частин:

1. Зосередити увагу на собі, своїх знаннях, уміннях, навичках, особистісних якостях.
2. Привернути увагу і вивчити вимоги роботодавця, на якого бажаєте працювати. Таким чином, виділяють етапи самомаркетингу :
 1. Визначення та вивчення свого цільового ринку, а також факторів впливу на нього.
 2. Вивчення та визначення споживчого попиту на цільовому ринку.
 3. Вироблення стратегії позиціонування товару «робоча сила» для продажу свого потенційного покупця.
 4. Продаж товару «робоча сила». Організація грамотної комунікації в системі «продавець – покупець».
 5. Підтвердити своє реноме [2].

Також виділяють 6 правил успішного самомаркетингу: потрібно знати про себе як про професіонала абсолютно все, щоб у потрібний момент зуміти запропонувати роботодавцю саме те, що він хоче, і вміло обійти недоліки; уважно вивчити філософію компанії, в яку збираєтесь влаштуватися; імідж повинен повністю відповідати тій меті, яку хочете досягти і залежати від того, на кого хотіли справити враження; більше спілкуватися і розширювати коло знайомих; скласти план самомаркетингу – список цілей і завдань на найближчий час; впевненість у своїх силах повинна бути у всіх вчинках [1].

Важливо зазначити, що самомаркетинг також неможливий без таких його складових, як самоіміджування, самокорекція, самомоніторинг, самопрезентація, самопросування, саморегуляція та самореклама.

Проаналізувавши поняття самомаркетингу, його складові та етапи, дійшли висновку, що самомаркетинг – необхідний процес у сучасному світі для студентів та випускників ВНЗ. Починати створювати «себе» потрібно ще навчаючись в університеті, адже це складний, трудомісткий процес, без якого працевлаштуватися на бажану посаду надзвичайно складно. Головне правило маркетингу: правда не має значення, адже сприйняття – це реальність. Бажаєш бути успішним – треба знати, як презентувати себе роботодавцю. Для цього і потрібно займатися самомаркетингом, адже він допомагає навчитися показувати себе з вигідної сторони.

1. Богданчикова М. «Шість правил успішного самомаркетингу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wday.ru/>

2. Концепція самомаркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.samomarketing.ru/>

Науковий керівник: асист. **Грищенко О.Ф.**

Прокопенко, М.О. Самомаркетинг як запорука успішного майбутнього [Текст] / М.О. Прокопенко; наук. кер. О.Ф. Грищенко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 166-167.